Flytja inn sígarettur fyrir einn kaupanda!

KJ-Reykjavík, þriðjudag.

Fyrir dyrum stendur nú söluherferð á sígarettum frá Philip Morris hér á landi, en fyrir utan samnefndar sígarettur framleiðir fyrirtækið m.a. Marlboro sígarettur og Roy sígarettur, en þær síðastnefndu eru aðeins framleiddar fyrir Íslendinga og Marokkóbúa. Fjórða sígarettutegundin sem fyrirtækið selur hingað er English Ovals, en að sögn umboðsmanna hér, E. Th. Mathiesen h.f. þá reykir þessa tegund aðeins ein kona hér á landi.

Olaf Stallberg svæðisframkvstj. fyrir Philip Morris í Norður-Evrópu, upplýsti það á blaðamannafundi í dag, að Íslendingar reyktu lítið af filtersígarettum miðað við t. d. nágrannaþjóðirnar. Aðeins um fjögur prósent af sígarettuinnflutningnum hefði verið filtsígarettur árið 1963, en hefði aukizt upp í 31 prósent það sem af er árinu 1968. Til samanburðar sagði hann, eru 60—80 prósent af sígarettusölunni á Norðurlöndum, filtsígarettur. Hann sagðist sannfærður um að filtsígaretturnar héldu áfram að vinna á hér á landi, og m. a. vegna þess legðu Philip Morris nú aukna áherzlu á sölu samnefndra sígaretta hér á landi, og Marlborosígarettanna sem hann sagði að stöðugt ynnu á. Hann benti á, að verksmiðjur sínar hefðu orðið fyrstar til að taka upp þá pökkunaraðferð, að pakka sígarettum í pappaöskjur, með áfestu loki eða þær umbúðir, sem sígarettureykingamenn þekktu utan um Marlboro. Þá sagði hann, að Philip Morris sígaretturnar væru pakkaðar í plastöskjur, sem héldu sígarettunum ferskum lengur, og væri heppilegar pakkningar fyrir t. d. sjómenn.

Um Roy sígaretturnar sagði hann, að hvernig sem á því stæði þá væri Ísland og Marokkó einu löndin sem nú keyptu þá tegund frá verksmiðjunum. Þær eru aðeins ódýrari en margar aðrar tegundir, og getur það legið í því. Þá sagði hann, að kannski væru Íslendingar vanafastari en aðrir, og vildu því margir halda áfram með sínar Roy sígarettur, en spáði því samt að fleiri og fleiri færu yfir í filtersígarettur eins og Philip Morris og Marlboro.

TÍMINN

2. október 1968.

FAY FORECAST
NEW YORK, N.Y.
[illegible]

NOV 1 [illegible]

OVERSEAS DEVELOPMENTS

Philip Morris introduces "on-the-spot" computerized retail performance system in Canada, developed by Marketing Factors Inc. for Philip Morris Incorporated, 100 Park Ave., New York, N.Y. 10017. Details: Data processing equipment supplies convenience store operators with cigarette performance sales and profit breakdowns.

1002403309